

PENINGKATAN POTENSI WISATA RELIGI MELALUI VIDEO PROMOSI OLEH JARVIS UKWMS

Theresia Intan Putri Hartiana¹

Brigitta Revia Sandy Fista²

Putra Aditya Lapalelo³

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

theresiaintan@ukwms.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 1 Desember 2023

Revised : 10 Desember 2023

Accepted : 21 Desember 2023

Key words:

Wisata religi, video promosi, sosial media, anak muda

DOI: 10.33508/peka.v6i2.5320

ABSTRAK

Gua Maria Sendangrejo, Blitar merupakan salah satu destinasi wisata religi bagi umat Katolik untuk berdoa kepada Bunda Maria. Selain itu keunikan arsitektur bangunan dan fasilitas keagamaan disertai keindahan panorama alam. Kegiatan ini membantu KMK (Keluarga Mahasiswa Katolik), Jaringan Aktivistis (JarViS) Bunda Teresa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) sebagai organisasi Katolik yang bertujuan untuk membangun nilai katolisitas anak muda melalui pembuatan video promosi Gua Maria tersebut. *Outcome* kegiatan ini adalah video promosi untuk bertujuan meningkatkan potensi wisata religi

ABSTRACT

Maria Cave Sendangrejo, Blitar is one of the religious tourist destinations for Catholics to pray to the Virgin Mary. Apart from that, the unique architecture of the building and religious facilities is accompanied by the beauty of the natural panorama. This activity helps KMK (Family of Catholic Students), Mother Teresa's Activist Network (JarViS) Widya Mandala Catholic University Surabaya (UKWMS) as a Catholic organization which aims to build young people's catholic values through making promotional videos for the Maria Cave. The outcome of this activity is a promotional video aimed at increasing the potential of religious tourism.

LATAR BELAKANG

Wisata religi merupakan salah satu jenis wisata yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan rohani manusia guna memperkuat iman, dengan mendatangi tempat-tempat yang dianggap memiliki nilai spiritualitas dan religiusitas. Wisata religi dimaknai menjadi kegiatan wisata ke lokasi yang mempunyai makna keagamaan. Baik dari sejarah tempat, lokasi tempat, bangunan yang mengandung nilai spritualitas ataupun kejadian di tempat tersebut yang berkaitan dengan keagamaan. (Kasih, 2019).

Salah satu tujuan wisata religi adalah Gua Maria Sendangrejo Blitar, salah satu destinasi wisata religi umat Katolik. Gua Maria Sendangrejo yang berlokasi di Kelurahan Ngadirejo, Kepanjenkidul, Kota Blitar. Gua Maria Sendangrejo banyak dikunjungi wisatawan untuk berdoa kepada Bunda Maria. Gua Maria ini memiliki keunikan arsitektur bangunan dan fasilitas keagamaan serta keindahan panorama alam yang indah.

Tak hanya itu saja, Gua Maria Sendangrejo memiliki jalan salib dan juga pendopo yang sering digunakan para wisatawan untuk beribadah. Khususnya

pada Jumat pertama tiap bulannya. Gua Maria Sendangrejo membantu umat untuk semaknil mengenal nilai keagamaan, spiritual, Katolik. Lokasinya yang dianggap suci oleh membantu memperdalam pemahaman tentang ajaran agama, sejarah keagamaan, dan nilai-nilai spiritual yang melekat.

KMK (Keluarga Mahasiswa Katolik), Jaringan Aktivistis (JarViS) Bunda Teresa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) sebagai organisasi Katolik yang bertujuan untuk membangun nilai katolisitas anak muda di dunia kampus. Sebagai bagian langkah dari mengembangkan nilai katolisitas tersebut salah satu aktivitas Jaringan Aktivistis adalah dengan membantu mengembangkan potensi wisata tempat yang berkaitan dengan nilai-nilai kekatolikan. Hal itu dilakukan dengan membantu mempromosikan wisata ziarah yang ada dalam lingkup Gereja dengan cara-cara yang katolik, dan dengan pendekatan promosi modern memanfaatkan teknologi digitalisasi, internet, dan sosial media.

Adapun salah pertimbangan utama aktivitas Jarvis membantu mempromosikan destinasi wisata religi yang ada dilingkungan gereja Katolik, adalah sebagai wujud kepedulian dan sifat aktivisme sebagai mahasiswa katolik. Namun demikian semangat aktivisme JarViS sebagai organisasi mahasiswa katolik, belum sejalan dengan kemampuan atau skill yang diperlukan untuk melakukan kegiatan promosi, apalagi promosi sekelas wisata religi, disinilah kami sebagai tim abdimas yang berasal dari Program studi ilmu komunikasi dengan kemampuan dan ketrampilan branding dan promosi hadir untuk membantu mengisi kurangnya ketrampilan promosi aktivis di Jarvis.

Secara rinci pertimbangan melakukan pengabdian ini didasari oleh niat membangun beberapa ketrampilan skill yang kami analisis sebagai kekurangan

utama aktivis JarViS melakukan kegiatan mereka. Adapun rincian pengembangan skill meliputi:

Pertama, *Communication abilities* dan *skill* yang masih rendah dari sasaran target abdimas, dalam hal ini adalah pengurus Jarvis untuk memanfaatkan teknologi guna mendukung potensi. Kedua, *Promotion skill and promotion tools* (pembuatan dan pengelolaan konten) yang masih rendah. Tuntutan perubahan cara Gereja menyampaikan potensi tempat rohani yang dimiliki secara digital. Ketiga, Minimnya pengetahuan anggota gereja terhadap cara menciptakan konten melalui video kreatif. Kegiatan tersebut dilakukan dengan pendampingan kepada tim Jarvis mengenai media baru dalam mempromosikan wisata religi Gua Maria Sendangrejo. Keempat, lokasi Gua Maria Sendangrejo diwilayah penduduk, menjadikan lokasi ini seolah sulit dijangkau oleh kendaraan besar.

Wisata religi dapat memberikan pengalaman spiritual yang mendalam. Seperti tempat-tempat suci, seperti kuil, gereja, atau situs-situs bersejarah, sering dianggap sebagai tempat di mana individu dapat merasa lebih dekat dengan Tuhan atau makna yang lebih tinggi dalam kehidupan. Selain itu, fungsi dari wisata religi juga menjadi sarana pendidikan dan sejarah yang dapat memberikan wawasan tentang sejarah, budaya, dan ajaran agama.

Mengunjungi situs-situs bersejarah yang terkait dengan peristiwa-peristiwa keagamaan dapat membantu memahami perkembangan agama dan dampaknya terhadap masyarakat. Hal positif lainnya dari tempat wisata religi ialah sebagai tempat pengembangan budaya dan pariwisata. Melihat dampak yang dimiliki oleh tempat tersebut yaitu dari sisi ekonomi dan budaya, banyak destinasi wisata religi menarik wisatawan, yang pada gilirannya mendukung perekonomian lokal dan pengembangan pariwisata.

Salah satunya media publikasi digital marketing dapat melalui platform media sosial *Youtube*. Sebagai media berbagi video berbasis internet, berdasarkan riset *We Are Social and Kepios* di awal tahun 2022, *Youtube* telah memiliki 139 juta pengguna dengan total 194 juta pengguna media sosial di Indonesia (Kemp, 2022). Popularitas *YouTube* yang semakin meningkat dapat dikaitkan dengan beberapa faktor. Pertama, pengguna dengan koneksi internet dapat dengan mudah mengakses layanan video *YouTube* melalui PC, laptop, tablet, atau ponsel. Lebih dari 70% pengguna *YouTube* mengakses video online melalui aplikasi ponsel. Ini membuat pengalaman video *YouTube* jauh lebih menyenangkan dan tersedia untuk semua pengguna sesuai permintaan, di mana saja dan kapan saja. Selain itu, *YouTube* sangat populer di kalangan anak muda yang menghabiskan berjam-jam menonton video online, berinteraksi dengan orang lain, dan terkadang membuat konten sendiri masih menjadi permasalahan khalayak (Osman et al., 2022)

KAJIAN LITERATUR

Proses pembuatan video, meliputi beberapa tahapan, tahap pra produksi, tahap produksi, tahap pasca produksi, (Fatmawati, 2018):

1. Tahap pra produksi tahap pra-produksi adalah tahap di mana ide diciptakan, tujuan produksi difokuskan, riset online atau observasi lokasi, memilih pendekatan cerita produksi,

perencanaan produksi, penyusunan anggaran produksi, peralatan dan manajemen kru yang baik

2. Tahap produksi
3. Tahap pascaproduksi, merupakan tahap penyempurnaan produksi yang meliputi editing suara dan gambar, memasukkan efek grafi dan visualisasi serta pendukung audio

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pembuatan video promosi ini adalah dengan pelatihan dan praktek langsung pembuatan video promosi. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan secara 2 hari secara tatap muka di Gua Maria Sendangrejo. Peserta kegiatan ini sebanyak 20 mahasiswa, dengan 2 pendamping dari mahasiswa Ilmu Komunikasi UKWMS yang memiliki kompetensi dibidang pembuatan video.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan abdimas ini dilakukan selama 2 hari pada tanggal 16 dan 17 Desember 2023. Mahasiswa dan pendamping berangkat bersama-sama menggunakan bus kampus menuju lokasi Gua Maria Sendangrejo. Kegiatan terbagi dalam 2 kegiatan utama:

Pertama, Pelatihan mengenai Teknik pembuatan video dan membuat video sederhana melalui HP. Dan kegiatan utama kedua, adalah praktek pembuatan video promosi.



Gambar 1. Suasana Materi Video Promosi
(Sumber: Dokumentasi Tim)

Materi pelatihan pertama, berjudul *Crafting Promotional Video : What Should Be Included?*. Pada sesi ini, mahasiswa Jarvis dilatih untuk mengenali jenis - jenis video promosi. Pertama : *Show and tell video*, video ini biasa digunakan untuk *vlog*, video singkat *a day in my life* yang memberikan penekanan pada teknik *storytelling* dengan menambahkan unsur teks, *voice over* atau

narasi langsung dari pembuat. Durasi video sekitar 1 - 3 menit.

Kedua adalah jenis video *show*. Cara pembuatan video dengan Teknik *cut to cut*, narasi/*voice over* atau teks yang digunakan jauh lebih sedikit. Teknik *show* lebih menekankan pada permainan elemen visual dan durasi yang digunakan 30 detik sampai 1 menit



Gambar 2. Materi Crafting Promotional Video
(Sumber: Dokumentasi Tim)

Tak hanya itu saja, pada sesi pertama ini mahasiswa juga ditekankan pentingnya mengetahui isi pesan tujuan dan pembuatan video. Sehingga untuk proses pembuatan nantinya tidak hanya sekedar membuat tayangan visual. Namun ada pesan yang disasar dalam video yang dibuat.

Pembuatan video diawali dengan pembuatan masing - masing tahapan dalam video tersebut: Pembukaan, Isi dan Penutup.

Pembukaan dapat diisi dengan memberikan nama tempat, lokasi tempat dengan durasi 15 detik di awal. Selanjutnya pada isi video dapat menunjukkan mengenai fasilitas Gua Maria Sendangrejo, keunikan tempat dan kegiatan yang bisa dilakukan di Gua Maria tersebut, durasi dapat 30 detik. Lalu di akhir video memberikan ajakan untuk datang ke tempat tujuan dan membagikan video.



Gambar 3. Tahapan Membuat Skrip
(Sumber: Dokumentasi Tim)

Selain mengandalkan pengambilan gambar, untuk video promosi juga dapat ditambahkan element text untuk pendukung tampilannya dan gambar utama

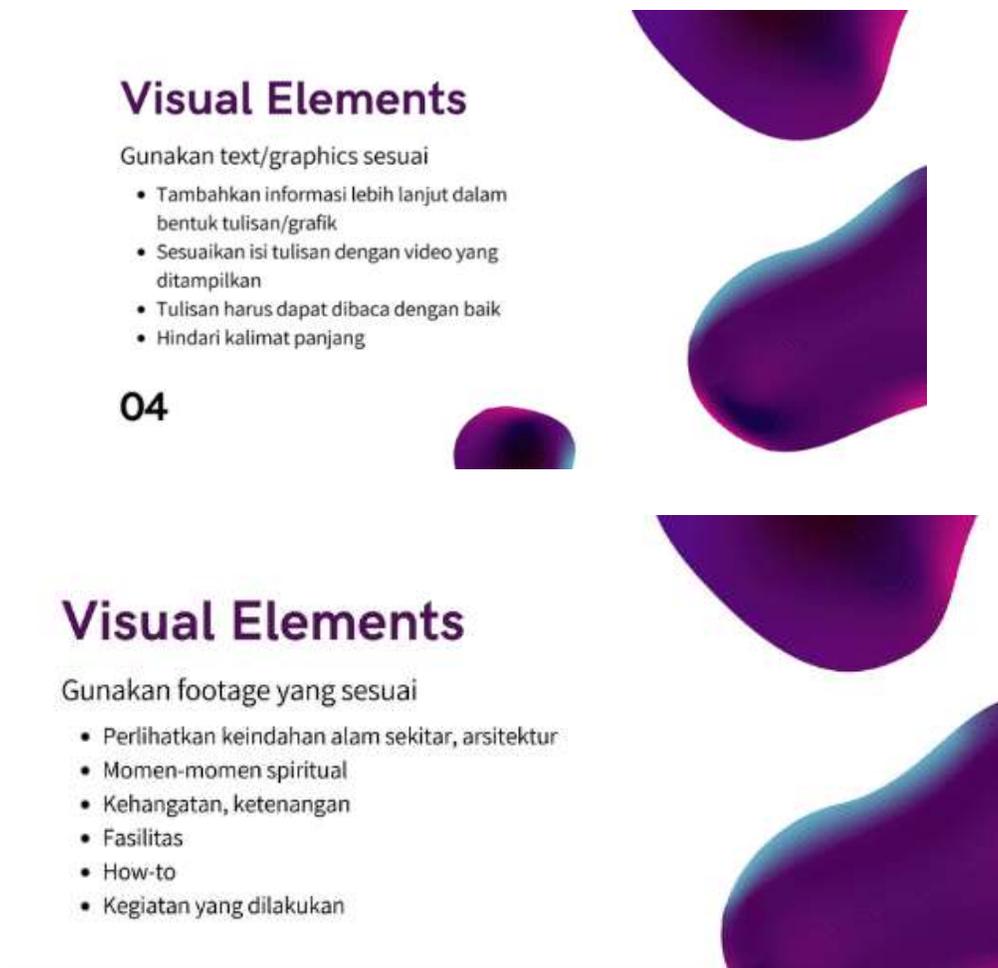
pendukung suasana Gua Maria seperti, fasilitas, momen spiritualitas, kegiatan di sekitar Gua Maria.

Visual Elements

Ambil dari beberapa angle/perhatikan camera movements

- Eksplor dari beberapa angle seperti: close up (dramatic), lower (perspektif 'megah')
- Camera movement usahakan stabil dan konsisten
- Gunakan fitur bawaan kamera HP (focus, slow motion, time lapse, pro mode)

04



Gambar 4. Elemen dalam Video
(Sumber: Dokumentasi Tim)

Selain elemen gambar visual tidak kalah penting dalam pelatihan Tim Mahasiswa Jarvis diminta untuk mencari untuk musik pendukung yang sesuai menggambarkan video promosi. Dengan menghadirkan audio atau musik yang sesuai maka, pesan atau tujuan yang akan disampaikan semakin kuat.

Materi pelatihan kedua yaitu mengenai, pembuatan konten melalui aplikasi editing sederhana. Adapun pemahaman mendasar melakukan produksi video dengan menggunakan smartphone, adalah dengan memahami 3 kemampuan yang harus dimiliki oleh pembuat konten. 1)

kemampuan merancang dan memberi nilai kreatif konten video (konten planner/pra production) kemampuan itu adalah, 2) kemampuan mengambil gambar dengan perangkat smartphone, 3) kemampuan melakukan editing dan color correction pada video yang diambil (post production) (Adam Waters, 2020; Thompson & Weldon, 2022).

Oleh sebab itulah memahami kemampuan dalam melakukan produksi konten video membantu dalam mengidentifikasi peran kerja dalam kelompok dan membantu memproduksi konten lebih efektif dan efisien. Bagian awal

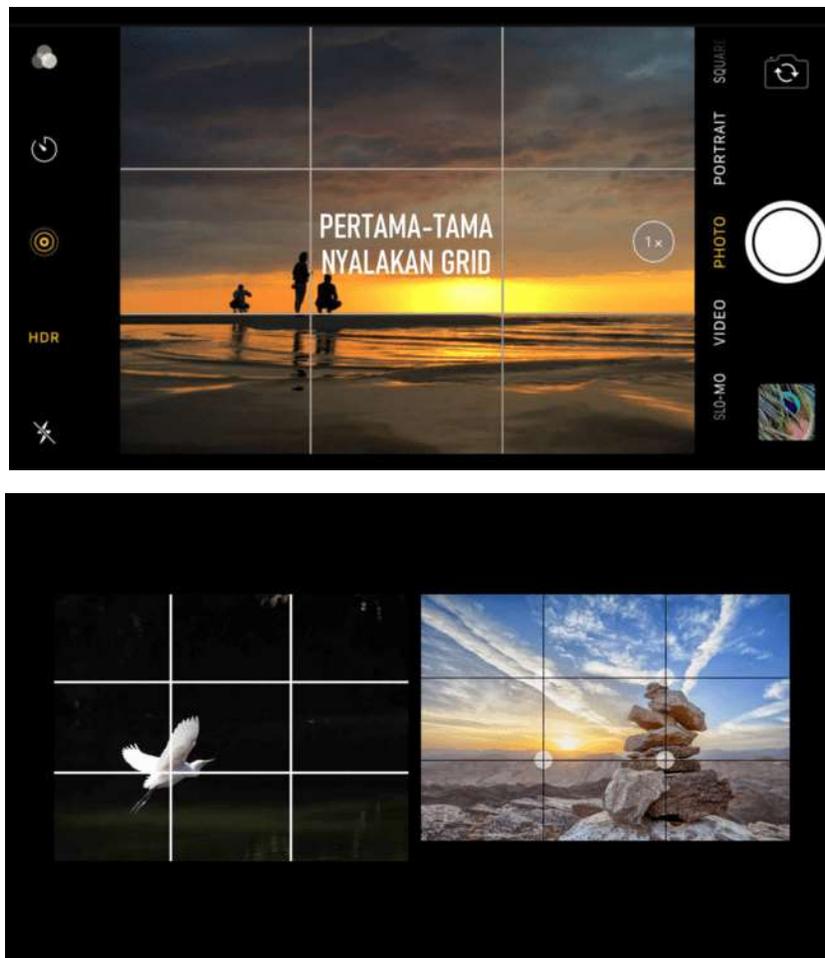
dari materi yang diberikan kepada mahasiswa Jarvis, adalah mengidentifikasi kemampuan dan membantu dalam memberikan peran. Dari tahap ini, terbentuklah tim berjumlah 6 orang dengan kemampuan pra produksi, produksi, dan post produksi, dibagi masing-masing 2 anggota.

Namun pertanyaan berikut yang muncul adalah, bagaimana bila seseorang kemudian benar-benar belum memiliki keahlian yang dibutuhkan, atau tidak menguasai salah satu dari kemampuan produksi konten video. Jawabannya adalah minimal seseorang bisa menggunakan smartphone. Generasi Z dan Millennial saat ini mendominasi ruang Pendidikan tinggi dan ruang ruang kerja. Tanpa disadari perkembangan teknologi telah menuntut kedua generasi ini untuk memahami cara menggunakan smartphone. Beberapa bahkan menyebutkan bahwa perangkat pintar genggam ini adalah salah satu kebutuhan penting manusia saat ini melengkapi 3 kebutuhan utama manusia lainnya. Dengan dasar pemahaman ini, bisa dikatakan bahwa hampir tidak ada mahasiswa yang tidak bisa menggunakan smartphone, termasuk peserta pengabdian, mahasiswa jaringan aktivis, Jarvis.

Memahami penggunaan smartphone berarti, mereka juga memahami cara menggunakan kamera smartphone, yang berarti setidaknya mereka bisa merekam video dengan menggunakan perangkat

pintar tersebut. Persoalan selanjutnya adalah mengarahkan mereka untuk bisa menciptakan atau memproduksi video bermakna, dengan mengatur pergerakan kamera dan sudut pengambilan gambar. Teknik pergerakan kamera, dan sudut pengambilan gambar memang lebih banyak dikenal digunakan dalam perangkat-perangkat kamera profesional. Namun dengan perkembangan teknologi perangkat smartphone kini dibekali dengan fitur-fitur yang dulunya menjadi kemewahan kamera profesional. Mengatur pemanfaatan fitur-fitur kamera, sudut pengambilan gambar, pergerakan kamera, hingga pencahayaan, membantu menciptakan video yang lebih terkesan profesional dan layak ditonton.

Hal pertama yang dilakukan adalah menyalakan fitur Grid pada kamera. Fitur ini sebelumnya ada pada kamera profesional, membantu memposisikan dan mengatur komposisi objek dalam preview atau tampilan kamera. Setiap objek memiliki makna, sehingga mengatur komposisi objek menjadi sangat penting dalam memproduksi sebuah video bermakna, atau video yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain. Menyalakan grid memberi garis-garis vertikal dan horizontal, dan membagi layer preview menjadi 9 bagian. Beberapa Teknik pengambilan gambar yang memanfaatkan Grid, misalnya adalah teknik Rule of Third Teknik yang benar-benar memanfaatkan keindahan pembagian grid.



Gambar 5. Grid Dalam Kamera
(Sumber: Dokumentasi Tim)

Setelah memahami pemanfaatan Grid fitur kamera perangkat pintar yang perlu diatur kemudian adalah pengaturan resolusi gambar. Standar minimum konten saat ini adalah HD atau 720p. namun dengan masifnya perkembangan teknologi, standar ini mulai bergeser ke Full HD atau 1080p. Selain itu video biasa direkam dengan jumlah scene/bingkai per detik/Frame per second (FPS) 24, untuk dikatakan bergerak dengan mulus, mata manusia bisa menangkap gambar dengan baik dari angka 24-30 FPS sampai diangka 60-72 FPS.

Mengatur pengambilan gambar dengan memperhatikan hal ini menjadi

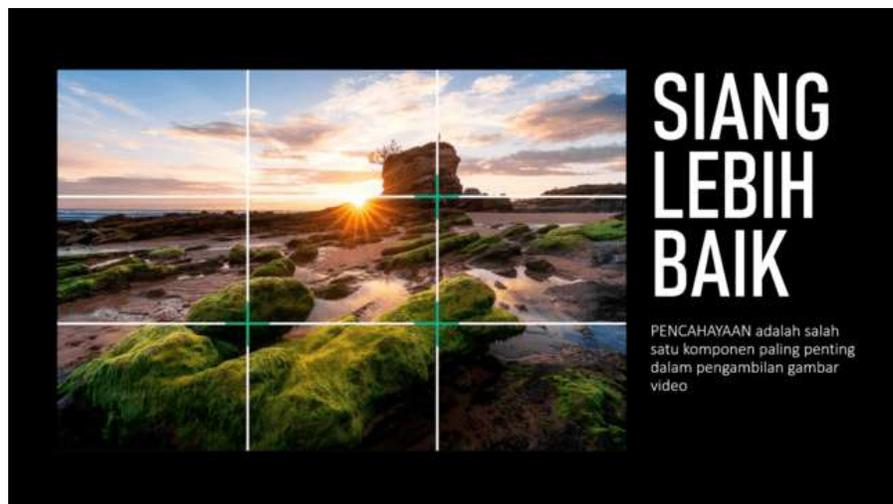
keharusan agar bisa menciptakan video yang tetap tajam (tidak pecah) dan enak dilihat diberbagai perangkat, utamanya perangkat genggam pintar. Soal ini kami merekomendasikan kepada mahasiswa Jarvis untuk mengatur di 1080p 30 FPS, dengan mempertimbangkan kualitas pengambilan gambar, dan rerata kemampuan teknologi pengambilan gambar smartphone yang masih banyak dikisaran 1080p 30 FPS. Menyalakan Fitur Stabilizer bahkan digital stabilizer di smartphone akan sangat membantu menghasilkan video kurang guncangan.



Gambar 6. Komponen Gambar
(Sumber: Dokumentasi Tim)

Pencahayan dan komposisi membantu memberikan kedalaman makna pada video. Kami merekomendasikan pengambilan gambar dengan smartphone pada siang hari, karena teknologi pengambilan gambar dengan smartphone masih banyak yang belum bisa menangkap gambar dengan baik di situasi pencahayaan rendah (low light). Pengaturan objek dan

pencahayaan menjadi sangat krusial agar menghindari gambar yang lebih gelap, wajah manusia dalam video tidak gelap, gambar tidak berbintik dan buram. Pengaturan buram pada objek juga memberikan kesan fokus pada objek-objek tertentu, sehingga bisa dimanfaatkan untuk memnciptakan moment bermakna.

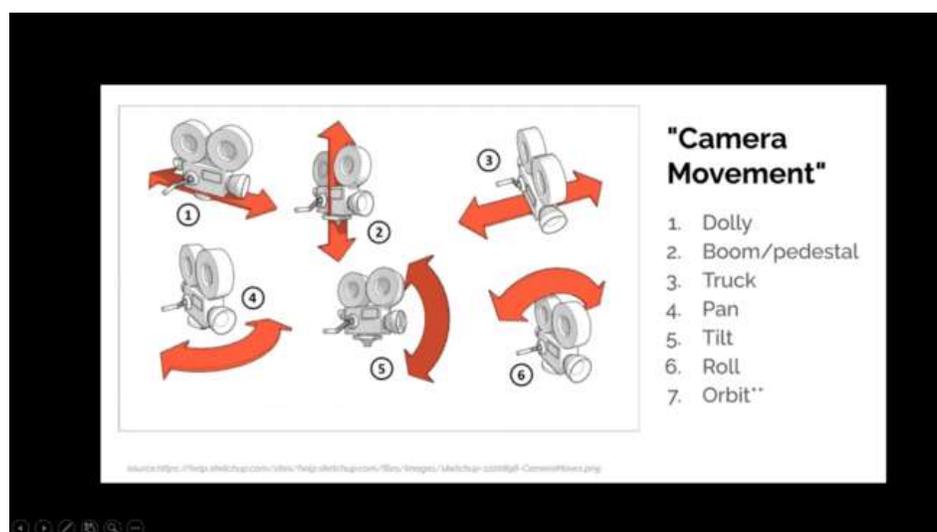
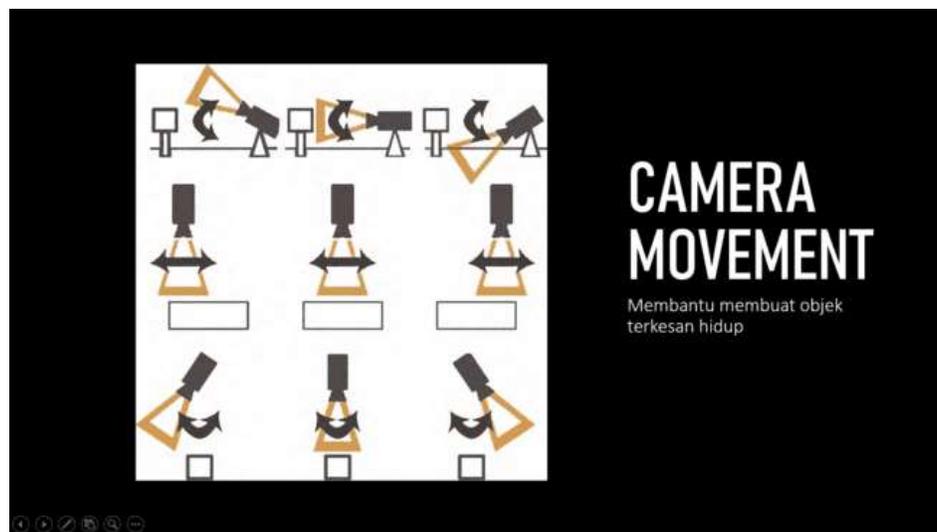
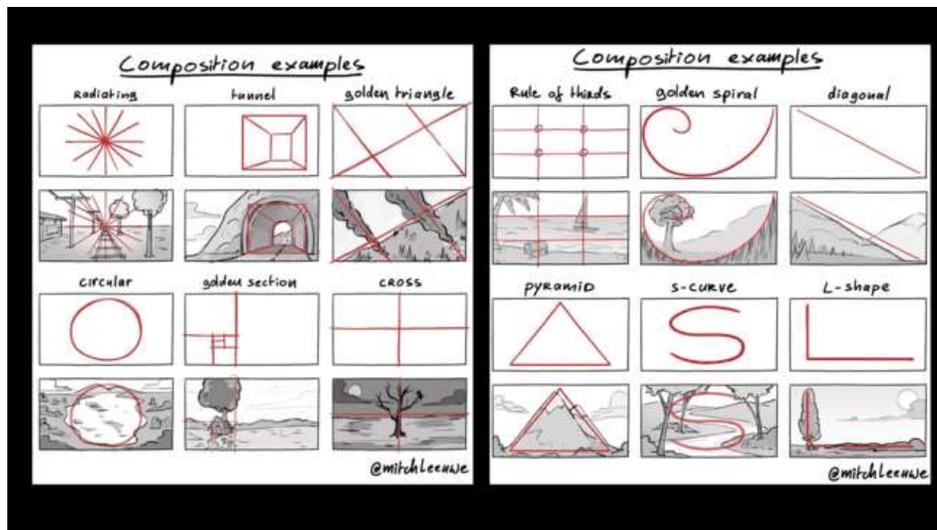




Gambar 7. Pencahayaan Video
(Sumber: Dokumentasi Tim)

Sudut pengambilan gambar dan pergerakan kamera juga membantu dalam memperindah dan memberik makna mendalam, membangun pesan yang bisa mempengaruhi emosi dan Tindakan penonton. Beberapa dibentuk untuk menciptakan keindahan, beberapa dibentuk untuk menegaskan keberadaan objek,

beberapa digunakan untuk memberi kesan transisi yang halus antara potongan-potongan video. beberapa membuat objek lebih hidup, mengesankan seolah mata benar-benar mengelilingi objek yang diambil gambarnya. Beberapa Teknik ditampilkan sebagai berikut:





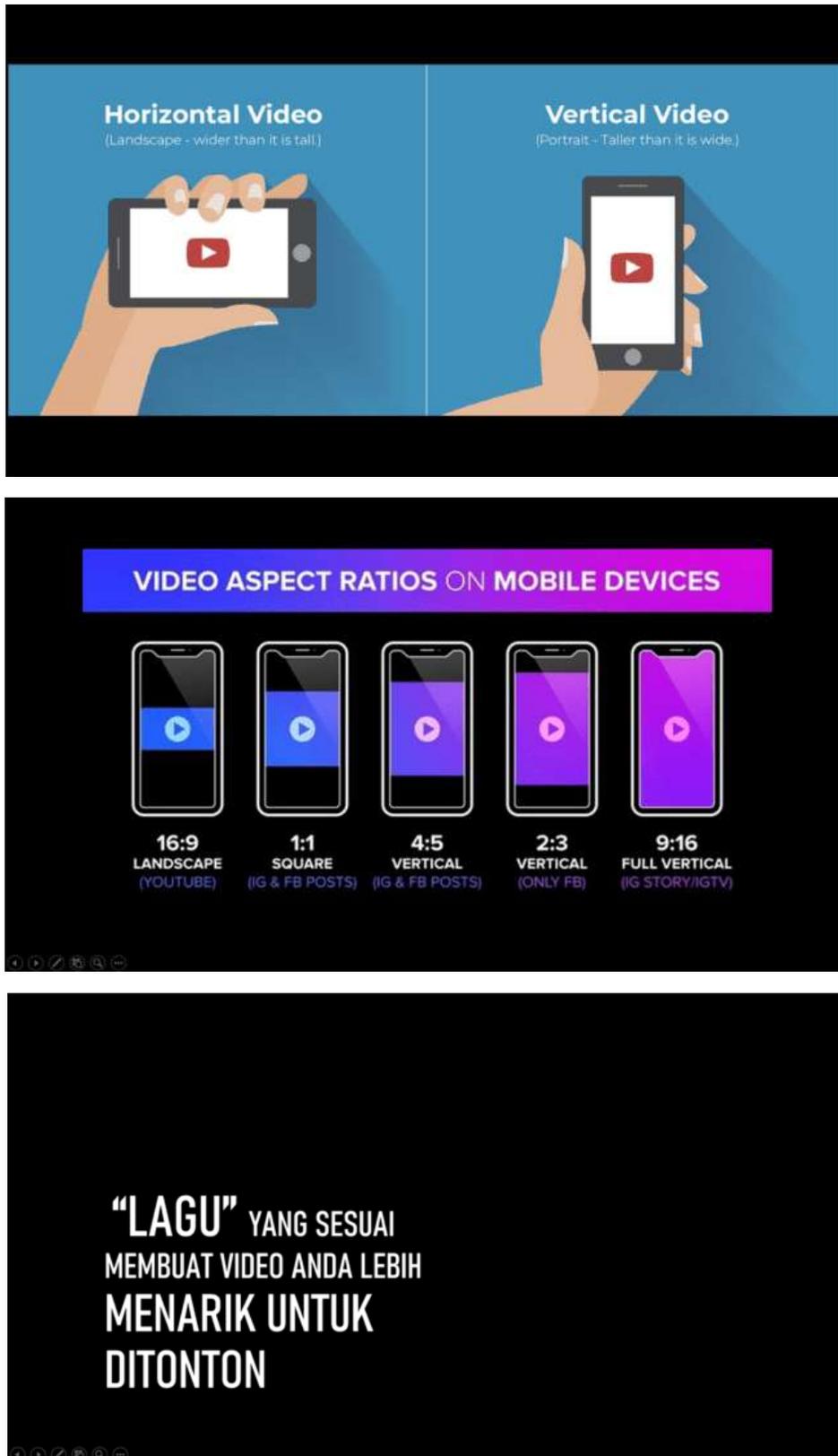
Gambar 8. Gerakan Kamera
(Sumber: Dokumentasi Tim)

Setelah pengambilan gambar dan pengelolaan Teknik dan komposisi gambar serta fitur-fitur yang ada di kamera perangkat pintar genggam. Kegiatan selanjutnya yang perlu dilakukan adalah melakukan post produksi, yakni penyatuan video, koreksi warna, penambahan efek dan subtitle, hingga music dan sound effect untuk menambah kedalaman makna dan persuasi pada video promosi. Kami menyarankan menggunakan template video vertikal, karena kebanyakan konten promosi sosial media saat ini, menggunakan format vertikal, video. hal ini juga

memanfaatkan pertimbangan jumlah pengguna perangkat smartphone, yang jauh lebih banyak dibandingkan perangkat internet lain. Video vertikal kemungkinan besar lebih mudah diakses, dan berbiaya murah untuk produksi dan publikasi.

Proses editing dan koreksi warna juga murah bahkan gratis, karena juga bisa memanfaatkan aplikasi perangkat pintar, beberapa aplikasi sosial media seperti tiktok dan reels juga menyediakan fitur editing dan koreksi warna sederhana dalam fitur mereka.

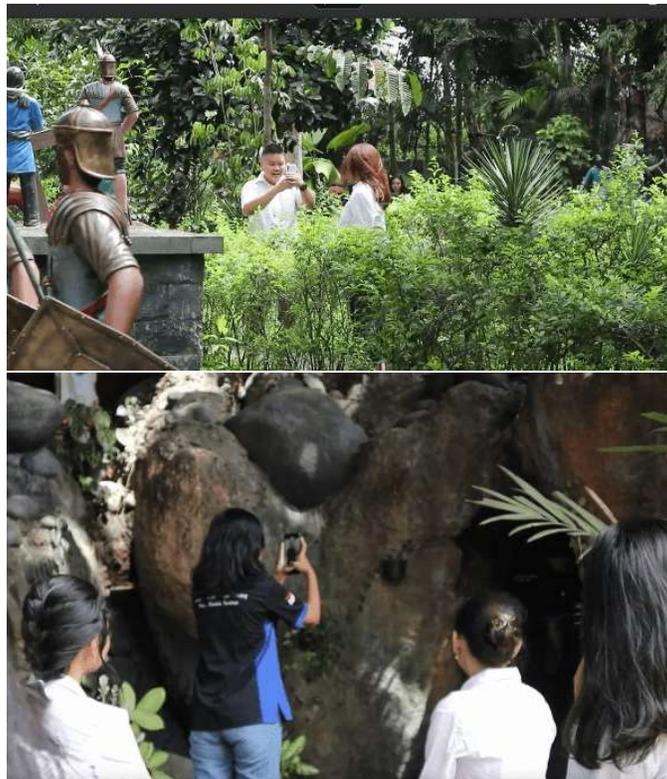




Gambar 9. Posisi Gambar (Sumber: Dokumentasi Tim)

Pada hari ke- 2 kegiatan, memfokuskan pada praktek langsung pembuatan. Mahasiswa Jarvis membentuk kelompok untuk dapat langsung turun ke

Gua Maria untuk mempraktekkan materi yang sudah diberikan sebelumnya mengenai pembuatan video.



Gambar 10. Pengambilan Gambar (Sumber: Dokumentasi Tim)

Kegiatan dimulai dengan pengumpulan ide video promosi. Mahasiswa Jarvis diajak mengeksplorasi terlebih dahulu potensi yang menarik dari Gua Maria Sendangrejo untuk dapat ditampilkan di video. Setelah itu mahasiswa mencoba mengambil gambar video dari rancangan ide yang dibuat. Salah satu dari anggota kelompok dapat menjadi model atau talent kegiatan tersebut. Proses pengambilan gambar dilakukan dengan perangkat sederhana yaitu *smartphone* begitupula dengan proses *editing*.

KESIMPULAN

Outcome yang diperoleh dari program abdimas ini adalah peningkatan kemampuan atau literasi mahasiswa Jarvis untuk dalam pembuatan video promosi wisata religi. Dengan peningkatan kemampuan ini diharapkan mahasiswa jaringan aktivitis dapat membantu keunggulan kompetitif wisata religi melalui video promosi.

DAFTAR PUSTAKA.

- Aji, Haryo Kusumo. 2022. *Produksi Konten Televisi dan Konten Media Digital*. UNISRI PRESS.
- Arvidsson, Adam. Delfanti, Alessandro (2019) *Introduction to Digital Media*
- Adam Waters. (2020). *Confident Digital Content*. KoganPage.
- Thompson, J. D., & Weldon, J. (2022). *Content Production for Digital Media: An Introduction*. In *Content Production for Digital Media: An Introduction*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-981-16-9686-2>
- Osman, W., Mohamed, F., Elhassan, M., & Shoufan, A. (2022). Is YouTube a reliable source of health-related information? A systematic review. *BMC Medical Education*, 22(1), 382.
<https://doi.org/10.1186/s12909-022-03446-z>
- Fatmawati, F. (2018). Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 58.
<https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1423>.